



Pencegahan Penipuan dalam Transaksi Jual-Beli *Game Online* dengan Media Animasi

Romilanio Markiseldy Pratama^{1*}, Widiasari², Diana Aqidatun Nisa³

¹Desain Komunikasi Visual, Universitas Pembangunan “Veteran” Jawa Timur, ²Desain Komunikasi Visual, Universitas Pembangunan “Veteran” Jawa Timur, ³Desain Komunikasi Visual, Universitas Pembangunan “Veteran” Jawa Timur

¹email: romilaniomarkiseldy@gmail.com

²email: aileena.dkv@upnjatim.ac.id

³email: diananisa.dkv@upnjatim.ac.id

*Corresponding author

Dikirim: 21-04-2022

Direvisi: 15-05-2022

Diterima: 24-05-2022

Abstrak

Kemajuan teknologi informasi selalu berkembang, sehingga transaksi jual beli online meningkat, jumlah kasus penipuan transaksi online turut meningkat pula. Untuk itu diperlukan media penyampai informasi yang menarik dan mudah dipahami berupa animasi 2d. Animasi ini bertujuan menginformasikan ke pelaku jual beli akun game online cara transaksi jual beli akun game online sebagai upaya pencegahan penipuan. Perancangan animasi ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif lalu data diolah secara deskriptif. Konsep desain dengan keyword "Safety dynamical transaction" telah dihasilkan dengan metode tersebut. Animasi ini dirancang sebagai media penyampai informasi yang efektif dan informatif cara transaksi jual beli akun game online yang aman.

Kata kunci: Animasi; transaksi; online; aman

Abstract

Advancement of information technology are always developing, so that online buying and selling transactions increase, the number of fraud cases of online transactions also increases. For this reason, it is necessary to convey information that is interesting and easy to understand in the form of 2d animation. This animation aims to inform the person who buying and selling online game accounts how to buy and sell online game accounts as an effort to prevent fraud. The design of this animation uses qualitative and quantitative methods and then the data is processed descriptively. The design concept with the keyword "Safety dynamical transaction" has been generated by this method. This animation is designed as an effective and informative medium for conveying information on how to buy and sell online game accounts safely.

Keywords: Animation; transaction; online; safe

1. PENDAHULUAN

Game online adalah *video game* yang dimainkan melalui beberapa bentuk jaringan komputer. Biasanya menggunakan jaringan yang disebut internet atau teknologi lain yang setara, tetapi *game* selalu menggunakan teknologi apa pun yang ada saat ini seperti adanya modem sebelum *internet*, dan *terminal hard wired* sebelum modem. Ekspansi *game online* telah mencerminkan perluasan keseluruhan jaringan komputer dari jaringan lokal kecil ke *internet* dan pertumbuhan akses internet itu sendiri. *Game online* dapat melingkupi lingkungan berbasis teks yang sederhana hingga menggabungkan grafik kompleks dan dunia virtual yang dihuni oleh banyak pemain secara bersamaan. Banyak *game online* telah menghubungkan komunitas *online*, menjadikan *game online* sebagai bentuk aktivitas sosial di luar *game* pemain tunggal (Surbakti, 2017).

Menurut Adiningtias, *Game online* adalah permainan yang dapat dimainkan menggunakan perangkat ponsel pintar maupun komputer yang mana diantara para pemain dan jalannya permainan tersebut saling terhubung menggunakan jaringan *internet* (Adiningtias, 2017).

Perkembangan teknologi informasi telah menciptakan ruang gerak baru bagi masyarakat, kehidupan tersebut disebut masyarakat maya atau netizen (*internet citizen*). Aktifitas di internet tidak hanya bermuatan positif saja, namun terdapat juga sisi negatif, sehingga diperlukan adanya penanggulangan dampak negatif teknologi tersebut (Badruzaman, 2019).

Perkembangan teknologi informasi menjadi faktor meningkatnya jual beli *online* (*online shop*). Begitu pula dengan tingkat kejahatan dalam jual beli *online* sendiri. Dalam transaksi *online*, pembeli dapat membeli barang yang dipasarkan melalui *website* penjual, lalu terjadi proses transaksi. Adapun media sosial yang digunakan penjual untuk memasarkan produk-produknya seperti: Facebook, Twitter, Blog dan sebagainya (Nugroho, 2016).

Bukalapak sebagai salah satu platform *e-commerce* terbesar nomor tiga di

Indonesia setelah Tokopedia dan Shopee berdasarkan situs kontan.co.id (Wikanto, 2021). Pada bulan Mei 2021, Bukalapak mengakuisisi saham PT. Five Jack sebagai pengelola situs jual beli produk *game online*, Itemku.com. Melalui bisnis.com, Willix Halim selaku *Chief Fun Officer* Bukalapak berpendapat bahwa salah satu tujuan dari kolaborasi kedua perusahaan itu untuk membantu meningkatkan ekosistem digital yang baik di Indonesia. Bukalapak menilai pasar gim di Indonesia masih luas (Halim, 2021).

Menurut laporan dari Verizon, pada tahun 2020 selama fase *lockdown* pertama, pemain gim seluler naik mencapai 75% dibandingkan dengan masa sebelum Covid-19. Lalu pada periode 5 Maret hingga 6 April 2020, unduhan gim seluler naik mencapai 60% yakni sekitar 2,3 miliar unduhan, pada waktu yang sama dari periode tahun sebelumnya. Sejalan dengan angka unduhan yang meningkat, pengeluaran masyarakat terhadap penggunaan gim di situasi pandemi juga mengalami peningkatan. Menurut laporan Nielsen menyebutkan terjadi peningkatan sebesar 11% dalam pengeluaran gim pada Maret 2020, dibandingkan tahun lalu di periode yang sama (Dwi, 2021).

Pada bulan September 2021, pelaku jual beli akun *game online* sebagian besar memanfaatkan media sosial untuk bertransaksi akun *game online* ketimbang memanfaatkan platform *e-commerce* jual beli akun *game online*. Hal ini dibuktikan dengan sampling salahsatu platform *e-commerce* jual beli akun *game* terbesar di Indonesia Itemku.com hanya terdapat 738 akun *game online* Genshin Impact yang dijual (itemku.com, diakses pada 13/09/2021). Sementara salah grup bernama "mihoyo Impact B/T/S/D Indonesia" di media sosial Facebook yang merupakan forum jual beli akun *game online* Genshin Impact yang beranggotakan sekitar 26100 orang, terdapat setidaknya 9500 akun yang telah ditawarkan, angka tersebut berasal dari total postingan yang menulis dengan tanda *hashtag* #WTS yang berfungsi menandai jika post tersebut sedang menjual (facebook.com, diakses pada 13/09/2021).

Menurut Qiudan Li, kata kunci yang biasa digunakan untuk suatu postingan yang berhubungan dengan membeli adalah "WTS", "want to sell", "for sale", dan "selling". Kata kunci yang biasa digunakan untuk suatu postingan yang berhubungan dengan menjual adalah "WTB", dan "Look for" (Liu et al., 2020).

Hal tersebut disebabkan karena kebanyakan dari mereka yang berjualan di grup media sosial, menjual atas nama individu atau sebatas menjual akun *game* pribadi miliknya saja. Penyebab lainnya yakni untuk mendaftarkan toko *e-commerce* jual beli *game* seperti Itemku.com, memerlukan verifikasi penjual yang cukup ketat karena membutuhkan foto *selfie* beserta KTP (kartu tanda penduduk) yang dipegang, foto nomor rekening bank bersama KTP dalam satu *frame* yang terkesan menyulitkan penjual. Agnes sebagai *customer service* Itemku.com setelah diwawancarai berpendapat, persyaratan tersebut merupakan proses verifikasi bahwa pengajuan dilakukan oleh pemilik toko dapat dipertanggungjawabkan dikemudian hari. (Agnes, 2021: Itemku.com) Selain itu, umumnya bagi penjual ataupun pembeli di dalam grup media sosial, dapat lebih leluasa berinteraksi dalam hal negosiasi harga, bertukar barang, lelang ataupun sekadar bertanya, sehingga bukan hal yang aneh jika grup jual beli di media sosial lebih ramai ketimbang platform *e-commerce*.

Alfons Tanujaya sebagai pakar keamanan siber di Vaksincom menyarankan konsumen menggunakan *e-commerce* untuk berbelanja. Sebab penipuan mudah terjadi di media sosial karena tidak ada pihak ketiga yang menjamin keamanan transaksi. Juga menyarankan kepada calon pembeli untuk memeriksa ulasan dari konsumen sebelumnya (Setyowati, 2021: katadata.co.id). Polisi mencatat penipuan *online* terjadi melalui email, situs web dan media sosial. Kasus *cybercrime* paling tinggi adalah penipuan online dikarenakan masih banyaknya transaksi jual beli online di luar jangkauan platform *e-commerce* yang aman. Setelah dilakukan penyebaran kuesioner, dapat ditemui kasus penipuan

online terjadi di media sosial. Adapun contoh praktik penipuan di media sosial Discord, Facebook, dan platform lain.

Perlu dipertimbangkan masih banyaknya kasus penipuan online yang mengincar akun *game online*, karena menurut Kopecký, akun *game* sebagai *virtual items* merupakan salah satu aset kekayaan yang dapat dijual secara langsung. Akun *game* tersebut memiliki harga jual tergantung lamanya waktu yang dihabiskan untuk bermain *game*, *level* dari akun *game*, maupun investasi finansial yang telah dikeluarkan untuk akun *game* tersebut. (Kopecký, 2018)

Menurut kuisisioner yang telah dilakukan, sebanyak 49,4% pelaku jual beli akun *game online* pernah mengalami kasus penipuan. Dengan menggunakan media animasi dapat mempermudah menyajikan informasi mengenai proses yang kompleks seperti proses transaksi online dengan jasa perantara tanpa platform *e-commerce*. Jasa perantara atau *middleman* atau rekening bersama adalah sebutan sistem perantara atau orang ketiga untuk meningkatkan keamanan dalam transaksi secara online (Raditio 2014: 79).

Animasi memiliki lebih dari satu media yang konvergen, dimana menggabungkan unsur visual dan audio yang secara efektif dapat menarik audiens untuk menyimak (Lestari 2021: 29). Menurut Azhar, animasi digunakan sebagai alat bantu dalam memperjelas maksud atau suatu konsep agar orang-orang dapat menerima informasi lebih mudah (Azhar, 2014: 81). Infografis animasi disebut juga dengan *animated infographics* dengan konsep memadukan unsur gambar bergerak, *background* suara yang memperkuat pesan yang disampaikan (Sari, 2020: 952). Sehingga dengan adanya animasi, informasi yang sulit disampaikan, dapat tersampaikan dengan baik.

2. METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriptif, yaitu salah satu teknik analisis data yang mana peneliti akan menjelaskan seluruh hasil data yang diperoleh tanpa mengaitkan satu penjelasan hasil data dengan penjelasan hasil data

lainnya. Menurut Sugiyono, metode deskriptif yakni metode penelitian yang dilakukan demi menemukan keberadaan variabel mandiri, baik itu pada satu variabel saja ataupun lebih, tanpa membuat perbandingan dan mencari hubungan variabel tersebut dengan variabel lainnya (Sugiyono, 2009:35).

Pengumpulan data dilakukan dengan riset kualitatif dan kuantitatif. Riset kuantitatif dilakukan dengan kuesioner yang bertujuan mendapat data valid (Sugiyono, 2019) mengenai informasi dan perilaku audiens. Sementara riset kualitatif dilakukan dengan wawancara dan observasi, yakni proses menduga dan memastikan data yang sudah didapatkan (Daymon & Holloway, 2011).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Target Audiens

Target audiens secara umum adalah remaja berumur 17-24 tahun yang aktif bermain *game online* dan berniat untuk menjual akun *game online*. Karena dalam media penyampaian pesan menggunakan animasi ini akan memberikan informasi yang mudah dipahami transaksi jual beli akun *game online* yang baik agar terhindar dan mengurangi risiko terjadinya penipuan yang dieksekusi secara menarik dan mudah dipahami.

3.2. Hasil Pengumpulan Data

Observasi

Dalam menemukan visual dan komposisi dalam konten animasi yang baik, diperlukan pula observasi yang dilakukan melalui Youtube, dengan mengobservasi animasi-animasi infografis, iklan layanan masyarakat, seri animasi pendek dan lainnya demi menemukan konsep visual animasi yang baik. Disimpulkan bahwa agar kualitas animasi konsisten perlu digunakan *shading stroke based* dan perlu ditentukan warna palet yang tidak menonjol di satu sisi saja. Untuk menciptakan animasi yang nyaman ditonton perlu mengimplementasikan prinsip-prinsip gerakan animasi. Dalam *timing* animasi memerlukan waktu yang efisien di setiap *scene*, namun masih diperlukan jeda singkat untuk

menggarisbawahi hal penting yang disampaikan agar audiens memiliki waktu untuk memahami.



Gambar 1. Observasi video animasi 2d
Sumber: Kanal Youtube
TheOdd1sOut, 2021

Wawancara

Secara umum, wawancara diartikan sebagai cara mengumpulkan bahan keterangan ataupun data yang dilaksanakan dengan tanya jawab secara sepihak kepada narasumber demi menemukan tujuan yang telah ditetapkan (Arikunto, 1997: 27).

Wawancara dilakukan kepada lima narasumber selaku korban dalam penipuan jual beli akun *game online*, masing-masing memiliki motif penipuan yang berbeda-beda. Digunakan untuk mengumpulkan data seperti kondisi korban setelah dan sebelum tertipu, demi mengetahui cara mengatasi penipuan yang telah dialami oleh masing-masing korban.

Kuesioner

Kuesioner dibagikan ke beberapa grup jual beli akun *game online*, terdapat 176 responden. Hasil kuesioner menunjukkan jika 49,4% responden pernah mengalami kasus penipuan dalam jual beli *game online*. Lalu 95,1% pelaku jual beli akun *game online* pernah menggunakan jasa perantara atau *Middleman*. Kemudian selera menonton responden sebesar 89,8% lebih menyukai animasi ketimbang *film*. Sementara platform yang digunakan menonton video 79% responden memilih Youtube, ketimbang platform Facebook ataupun Instagram. Dari Gambar 2, selera gaya visual karakter, mayoritas responden yakni 41,5% responden memilih gaya nomor satu.



Gambar 2. Alternatif *style* karakter
Sumber: Dokumen penulis, 2021

Analisis Data Wawancara

Dari hasil data di atas akan dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif. Pada wawancara bersama narasumber bernama Ridwan sebagai perwakilan korban yang pernah ditipu karena melakukan transaksi *online* tanpa perantara, mendapatkan kesimpulan untuk tidak langsung percaya kepada orang yang dikenal secara *online*, dan tetap fokus, walaupun paham dengan peraturan tertulis yang mana disarankan menggunakan jasa perantara atau *Middleman*, bisa saja pelaku penipuan mengecoh dan membuat panik dengan cara membuat pihak lain tergesah-gesah, sehingga lupa untuk menggunakan jasa perantara atau *Middleman* yang mengelola platform jual beli untuk transaksi *online* yang lebih aman. Bukti pembayaran dalam bentuk *screenshot* bukan jaminan, harus dilakukan pengecekan saldo jika memang pembeli mengaku dana sudah terkirim.

Analisis dari wawancara yang telah dilakukan dengan Fikri Firdaus sebagai perwakilan dari korban yang pernah ditipu karena menggunakan jasa *Middleman* tiruan, mendapatkan kesimpulan untuk selalu waspada saat menggunakan *Middleman*, karena tidak semua *Middleman* itu asli. Dengan adanya teknologi maju seperti saat ini, orang lain bisa dengan mudah meniru perilaku seseorang di *internet*, sehingga bisa dengan mudah berpura-pura menjadi *Middleman*. Utamakan untuk menggunakan jasa penengah atau *Middleman* dalam grup yang mana pihak pembeli dan penjual berada di grup, *server*, ataupun *platform* yang sama.

Jika salah satu pihak tidak setuju, tidak perlu ragu untuk membatalkan transaksi.

Analisis dari wawancara yang telah dilakukan dengan Abdulazis sebagai perwakilan korban yang pernah ditipu karena menggunakan jasa *Middleman* yang asal-usulnya tidak jelas, mendapatkan kesimpulan untuk tidak menjadikan jumlah *follower*, pengikut, atau teman dari jasa perantara atau *Middleman* sebagai acuan jika jasa tersebut terpercaya, apalagi jasa yang berasal dari luar grup jual beli salah satu pihak penjual ataupun pembeli. Jangan sungkan untuk bertanya dalam grup jual beli untuk memastikan profil jasa perantara atau *Middleman* yang asli. Lalu menandai profil jasa tersebut dengan menghubungi secara pribadi, sebagai penanda jika *Middleman* tersebut adalah yang asli, jika tidak asli, saat di cek pesan pribadi, maka tidak ada *history* pesan yang sudah dikirim.

Analisis dari wawancara yang telah dilakukan dengan Nandana Adyatma sebagai perwakilan korban yang pernah ditipu dengan cara *hackback* (pemulihan akun *game online*), mendapatkan kesimpulan untuk jeli dan kritis dengan calon pembeli maupun penjual, karena risiko penipuan tidak hanya terjadi saat transaksi saja, bisa saja akun *game online* yang telah dibeli di *hack* oleh pemilik sebelumnya seperti kasus yang dialami Adyatma. Sehingga disarankan sebagai penjual untuk menitipkan identitasnya diri sebagai jaminan jika akun *game online* yang dijual aman, dan berani dipertanggung jawabkan dikemudian hari. Selain itu saat pembeli mengirimkan bukti pembayaran kepada jasa perantara atau *Middleman*, jangan sungkan untuk memastikan jika nama pengirim sesuai dengan identitas diri yang dititipkan oleh pihak jasa perantara atau *Middleman*.

Analisis dari wawancara yang telah dilakukan dengan Mulyana sebagai perwakilan korban yang pernah ditipu karena membeli akun *game online* dengan kondisi akun terdapat akses login mencurigakan, mendapatkan kesimpulan untuk berani menanyakan asal-usul akun *game online* yang akan dibeli. Apalagi akun yang dijual dengan harga yang terlalu murah, dikhawatirkan akun *game online*

berasal dari tindak kejahatan *phising*, *scam*, dan lainnya. Jika sudah terlanjur membeli akun tersebut, cobalah menghubungi pihak penjual dan pemilik asli akun agar dapat ditemui titik tengahnya.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa keamanan dalam jual beli akun *game online* masih rentan penipuan, sementara para pengelola grup jual beli akun *game* juga masih berusaha mengatasi tersebut. Namun sama dengan banyaknya transaksi jual beli yang berlangsung, banyak juga kasus penipuan yang terjadi, kasus penipuan tersebut juga berasal dari motif yang bermacam-macam pula, sehingga baiknya informasi yang telah terkumpul akan disampaikan melalui media animasi 2d agar harapannya dapat mengurangi kasus penipuan.

Analisis Data Kuesioner

Dengan jumlah persentase penipuan yang sangat tinggi yakni 49,4% maka tingkat urgensinya tinggi pula, dengan menyampaikan informasi cara transaksi akun *game online* yang aman demi mengurangi angka penipuan tersebut. Terdapat 95,1% responden sebagai pelaku jual beli akun *game online* pernah menggunakan jasa *Middleman* sehingga diperlukan informasi lebih detail mengenai sistem keamanan *Middleman* agar ke depannya dapat lebih aman melakukan transaksi jual beli akun *game online* dengan bantuan *Middleman* atau jasa perantara.

Selera responden sekaligus audiens yang mana 89,8% lebih menyukai animasi ketimbang *film*, maka perancangan animasi ini dianggap digemari oleh audiens. Kemudian gaya visual karakter yang terpilih akan dijadikan salah satu acuan dalam perancangan desain karakter tokoh pada animasi agar jenis animasi yang digemari responden sekaligus audiens dapat memenuhi ekspektasi. Lalu animasi yang telah dibuat akan diupload ke situs Youtube agar audiens nyaman menonton animasi yang dirancang karena sudah terbiasa dengan platform tempat audiens menonton video.

Konsep Dasar

Dalam tahap proses kreatif, ditemukan *keyword* yang digunakan sebagai acuan dalam pencegahan penipuan dalam transaksi jual beli game online dengan media animasi 2d. Dalam *keyword* tersebut kata "*dynamic*" bermakna visualisasi animasi akan dinamis dalam sisi *tone* warna yang dinamis mengikuti suasana, serta gerakan animasi yang dinamis. Lalu kata "*safety*" dan "*transaction*" mewakili isi konten animasi yang disampaikan yang harapannya audiens dapat mengimplementasikan dalam kegiatan jual beli akun *game online* agar dapat bertransaksi aman.

Konsep Verbal

Konsep verbal dari strategi komunikasi dalam pencegahan penipuan dalam transaksi jual beli *game online* dengan media animasi 2d ini akan memvisualkan cerita seorang *gamer* (pemain *game online*) yang ingin berhenti sejenak bermain *game* demi fokus ke pekerjaan, faktor lain yang membuat ia berhenti bermain *game* karena diminta berhenti oleh orang tuanya. Sehingga ia meminta saran ke temannya untuk berhenti bermain *game*, lalu temannya menyarankan untuk menjual akun *game*-nya dengan menjelaskan proses transaksi yang aman, serta memberitahu jenis-jenis penipuan dalam transaksi jual beli *game online* agar dapat mengantisipasi terjadinya penipuan saat ia menjual akun *game* nya.

Pada cerita terdapat adegan serius dimana *Gamers* ini dimintai sistem *refund full*, yang mana ia harus memfoto KTP miliknya, namun *Middleman* akan membimbing agar tidak takut, karena yang diminta hanya foto KTP dengan sobekan kertas kusut diatas KTP yang tertulis "transaksi akun *game* tanggal sekian oleh *Middleman*", agar fungsi foto tersebut hanya digunakan dalam transaksi tersebut saja.

Penyampaiannya dibuat dalam bentuk cerita agar alurnya dapat dibuat menarik dan dapat merelasikan dengan kehidupan sehari-hari audiens. Disampaikan dengan gaya bahasa yang santai seperti bahasa sehari-hari kalangan anak muda, animasi ini berjudul "Animasi Jasa *Middleman Game Online*" dengan sub judul "Transaksi jual beli akun *game* yang aman".

Konsep Media

Berdasarkan fungsi animasi yang akan dirancang, maka animasi akan dibuat dengan *pacing* yang tidak terburu-buru, kemudian menggunakan visual berwarna dan audio interaktif yang menarik. Media ini menggunakan Video Animasi informatif mengenai cara transaksi akun *game online* yang aman.

Dalam video animasi ini yang akan ditampilkan menggunakan *genre* animasi remaja yang informatif dan interaktif untuk memudahkan pemahaman penonton. Dengan spesifikasi resolusi 1920x1080 *pixel*, 24 *fps* (*frame per second*), dan format video mp4.

Konsep Visual

Ilustrasi yang digunakan dalam pembuatan video ini akan menggunakan gambar ilustrasi vektor untuk mempermudah gerakan animasinya. Gaya gambar ilustrasi yang digunakan nantinya menyerupai *style* gambar dari “*Love Scam English*” yaitu vektor begitu juga dengan *background* dan *ambians* dikarenakan lebih mudah untuk digambar.



Gambar 3. Referensi *style* gambar “*Love Scam English*” sebagai acuan
Sumber: *National Crime Prevention Council*, 2021

Warna

Dalam penggunaan warna dalam perancangan animasi ini, akan gunakan warna-warna cerah namun terkesan tenang demi kenyamanan mata penonton. Warna yang digunakan juga bertujuan untuk membawa penonton untuk fokus pada objek yang ingin ditonjolkan atau cerita yang ingin diceritakan. Jika sedang senang akan menggunakan warna-warna pastel yang cerah dan ketika sedang sedih akan menggunakan warna-warna gelap yang berubah-ubah sesuai terhadap alur cerita.



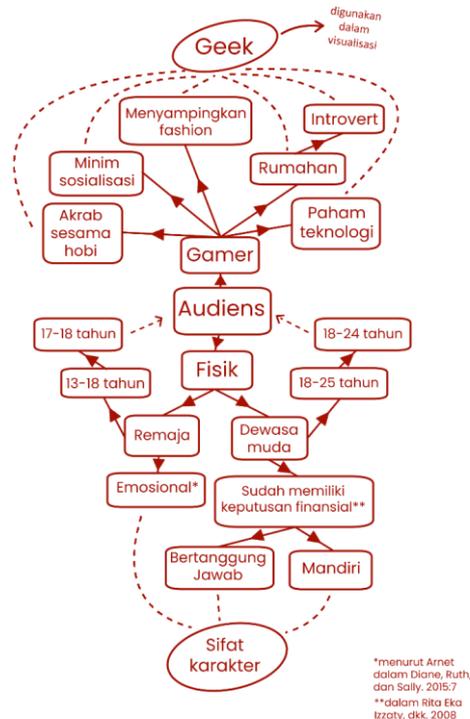
Gambar 4. Referensi penggunaan warna pada animasi “UP” sebagai acuan
Sumber: *Pixar Animation Studio*, 2009

C: 0 R: 254 M: 27 G: 207 Y: 30 B: 178 K: 0	C: 65 R: 98 M: 31 G: 156 Y: 26 B: 180 K: 0	C: 81 R: 60 M: 67 G: 78 Y: 61 B: 64 K: 21
C: 49 R: 153 M: 18 G: 181 Y: 94 B: 46 K: 0	C: 26 R: 202 M: 69 G: 106 Y: 95 B: 36 K: 0	C: 72 R: 52 M: 80 G: 34 Y: 84 B: 28 K: 59

Gambar 5. Palet warna
Sumber: Dokumen penulis, 2021

3.7.3 Karakter Tokoh

Karakter tokoh didesain berdasarkan proses *brainstorming* dan studi visual untuk menciptakan *style* karakter yang digemari audiens, serta harapannya audiens dapat merelasikan dengan kehidupan sehari-hari.



*menurut Amet dalam Diane, Ruth, dan Sally, 2015:7
**dalam Rita Eka Izzaty, dkk. 2008

Gambar 6. Proses *brainstorming* visual karakter
Sumber: Dokumen penulis, 2021

Studi Visual Karakter Tokoh

Ditemukan kata “geek” dalam brainstorm visual karakter sehingga visual akan mengacu pada referensi individu “geek” atau seorang penggemar teknologi untuk mewakili hobi bermain game dan gamers. Kemudian referensi gaya gambar karakter berasal dari style yang sebelumnya telah terpilih, lalu dipadukan dengan style dari seri animasi pendek dalam Game Online “Honkai Impact 3rd” untuk menyempurnakan visualnya. Digunakan acuan dari game tersebut karena mayoritas responden sekaligus audiens merupakan pemain game tersebut.



Gambar 7. Referensi gaya gambar karakter terpilih
Sumber: Dokumen penulis, 2021

Karakter Tokoh Ardy

Ardy adalah tokoh utama dalam cerita animasi, memiliki sifat yang dramatis namun serius. Ia sudah bekerja namun masih sempat bermain game online, sehingga waktu istirahatnya berkurang. Memakai jaket karena pergi ke rumah Erik, membawa tas karena Erik menyuruhnya membawa laptop untuk menjual akun game-nya. Ardy Menjual akun gamenya karena diminta ibunya berhenti bermain game agar dia dapat beristirahat.



Gambar 8. Character sheets Ardy
Sumber: Dokumen penulis, 2021

Karakter Tokoh Erik

Erik adalah tokoh sampingan dalam cerita animasi, memiliki sifat santai dan suka membantu. Teman seusia Ardy yang membantu Ardy untuk menjual akun game online milik Ardy. Memakai pakaian santai karena cerita berlatarkan di rumah Erik, menggunakan kacamata karena Erik bermata minus karena sering bermain game, serta terdapat headset di lehernya yang berhubungan dengan gamers untuk berkomunikasi dalam game online.



Gambar 9. Character sheets Erik
Sumber: Dokumen penulis, 2021

Tipografi

Video animasi ini nantinya akan menggunakan tipografi yang tingkat legibility serta readabilitynya tinggi, huruf tersebut juga merupakan font sans serif dengan desain seperti gelembung yang dirasa cocok sebagai font dekorasi atau font display, sementara dalam animasi yang menunjukkan adegan chatting secara online menggunakan font Helvetica menyesuaikan font yang digunakan pada media sosial Facebook.



Gambar 10. Font Komika Display dan Helvetica
Sumber: Dokumen penulis, 2021

terjadi, kasus penipuan tersebut juga berasal dari motif yang bermacam-macam pula, sehingga baiknya informasi yang telah terkumpul akan disampaikan melalui media animasi 2d agar harapannya dapat mengurangi kasus penipuan.

3. Dalam perancangan Animasi 2d sebagai upaya pencegahan penipuan dalam transaksi jual beli akun *game online* diharapkan dapat mengurangi risiko penipuan tersebut. Animasi 2d disajikan secara menarik dan informatif dengan penyampaian pesan melalui cerita kehidupan sehari-hari agar audiens dapat merelaksasikan ke kehidupan nyata mereka sekaligus mempermudah penyampaian informasi kompleks pada animasi ini.
4. Pada animasi ini, penulis tidak menjelaskan tentang cara mengamankan akun *game online* secara detail, namun hanya sebatas cara melakukan transaksi jual beli akun *game online* dengan jasa middleman saja, yang mana setiap akun *game online* memiliki metode mengamankan akun yang berbeda-beda kerumitannya yang mungkin akan sulit dilakukan jika tanpa arahan middleman setempat.

4.2. Saran

Penulis menyadari bahwa karya ini jauh dari sempurna. Penulis juga menemui kekurangan dalam perancangan animasi ini yakni *infodumping* dalam konten animasi yang mungkin akan sulit dicerna penonton. Agar kekurangan ini bisa dilengkapi penulis, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun pada perancangan jurnal ini.

5. DAFTAR RUJUKAN

Adiningtias, S. W. (2017). Peran guru dalam mengatasi kecanduan game online. KOPASTA: Journal of the

Counseling Guidance Study Program, 4(1).

- Arikunto, S. (1997). Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan Islam. Jakarta: Bumi Aksara.
- Azhar, Arsyad, & Rahman, Asfah. (2014). *Media pembelajaran/ Azhar Arsyad ; editor, Asfah Rahman*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Badruzaman, D. (2019). Kajian Hukum Tentang Internet Mobile dalam Upaya Pencegahan Dampak Negatif Teknologi Informasi dan Komunikasi di Indonesia. *Ajudikasi : Jurnal Ilmu Hukum*, 3(2), 135. <https://doi.org/10.30656/ajudikasi.v3i2.1657>
- Daymon, C., & Holloway, I. (2011). *Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing Communications*(2nd ed.). Taylor & Francis. <https://books.google.co.id/books?id=GDUcAgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=inauthor:%22Christine+Daymon%22&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwiy1IzKwfPtAhXd6nMBHcZoCIAQ6AEwAHoECAIQAg#v=onepage&q&f=false>
- Diane E. Papalia. (2015). *Perkembangan Manusia*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Dwi Jatmiko, L. (2021). *Demi Mengatalisasi digital gaming, Bukalapak Akuisisi Five Jack - Bisnis Indonesia*. *BisnisIndonesia.id*. Diakses April 8, 2022, from <https://bisnisIndonesia.id/article/demi-mengatalisasi-digital-gaming-bukalapak-akuisisi-five-jack>
- Halim, W. (2021). Ini Tujuan bukalapak Akuisisi Saham Five Jack: Teknologi. *Bisnis.com*. <https://teknologi.bisnis.com/read/20>

- 210712/266/1416624/ini-tujuan-bukalapak-akuisisi-saham-five-jack. Diakses 8 September 2022
- Izzaty, Rita Eka, dkk. (2008). *Perkembangan Peserta Didik*. Yogyakarta: UNY Press.
- Kopecký, D. M. K., & Szotkowski, P. R. (2018) Manifestation of addictive behavior among the child players of the Minecraft game from the perspective of quantitative research. 19(1), 35-40 [cit. 2019-03-17]. ISSN 12130494.
- Lestari, Yuni Hana (2021). *PENGEMBANGAN MEDIA ANIMASI UNTUK MENINGKATKAN KEMAMPUAN LINGUSTIK VERBAL ANAK USIA 4-5 TAHUN*. Masters thesis, UIN FAS Bengkulu.
- Liu, H., Li, Q., Zhan, Y., Zhang, Z., Zeng, D. D., & Leischow, S. J. (2020). Characterizing social media messages related to underage JUUL E-cigarette buying and selling: Cross-sectional analysis of reddit subreddits. *Journal of Medical Internet Research*, 22(7). <https://doi.org/10.2196/16962>
- Nugroho, Odie Septo (2016) *Modus Penipuan Transaksi Barang dalam Game Online dan Prospek Penyelesaiannya*. Other thesis, University of Muhammadiyah Malang. <http://eprints.umm.ac.id/22430/>
- Raditio, Resa (2014). *Aspek Hukum Transaksi Elektronik : Perikatan, Pembuktian dan Penyelesaian Sengketa*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2014, hlm. 79
- Setyowati, D. (2021). *Marak Penipuan Online Saat Konsumen Hijrah ke digital di Masa Pandemi*. Teknologi Katadata.co.id. Diakses April 8, 2022, from <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/600aa5de3a818/marak-penipuan-online-saat-konsumen-hijrah-ke-digital-di-masa-pandemi>
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. In Alfabeta, cv.(2nd ed.). CV. Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2009). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung : Alfabeta
- Surbakti, K. (2017). *Pengaruh Game Online Terhadap Remaja*. *Jurnal Curere*, 1(1).
- Yanti Wulan Sari, & Kosasih, E. (2019). *Pemanfaatan infografis animasi dalam pembelajaran menulis teks eksplanasi*. *Seminar Internasional Riksa Bahasa XIII*, 949–956.
- Wikanto, A. (2021). *10 e-commerce Dengan Pengunjung terbanyak di Indonesia, Tokopedia Kembali Ke Puncak*. PT. Kontan Grahanusa Mediatama. <https://lifestyle.kontan.co.id/news/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-di-indonesia-tokopedia-kembali-ke-puncak>. Diakses 8 Maret 2022